

Turismeaktører og organisationer skal gøre national strategi for dansk turisme levende i hele Danmark

”Kun fantasien sætter grænser”, udtalte Troels L. Poulsen på dagens pressemøde i Legoland, hvor den nationale strategi for dansk turisme blev præsenteret med flytrafik, rutschebaner og begejstrede barnestemmer som underlægningsmusik. De fem overordnede strategiske indsatsområder ændrer dog ikke ved essensen af dansk turismes kerneprodukt – nemlig nærværende, mangfoldige kvalitetsoplevelser i øjenhøjde.

Scenen for offentliggørelsen tydeliggjorde budskabet: dansk turisme skal professionaliseres. De største turistdestinationer skal gå i front, kapaciteten skal øges via bedre rammevilkår og markedsførings-indsatserne skal effektiviseres. Og rationalet bag denne del af strategiens indsatser er da også til at forstå ud fra det synspunkt, at vækst i Danmarks største turistdestinationer smitter af på de omkringliggende mindre destinationer.

I Dansk Turismefremme glæder man sig over regeringens ambitiøse målsætning om at opnå 17 mio. flere overnatninger, samme grad af tilfredshed blandt gæsterne i Danmark som i resten af Nordeuropa og yderligere 45 mia. kr. i omsætning år 2025 sammenlignet med i dag.

Strategien for dansk turisme frem mod 2025 har følgende fem strategiske indsatsområder:

1. Mere effektiv markedsføring målrettet relevante målgrupper
2. Bedre tilgængelighed, internet og skilte
3. Bedre turistoplevelser i Danmark
4. Moderne planlov og øget turismekapacitet
5. Konkurrenceevne og gode rammevilkår

Operationalisering af de strategiske indsatser skal ske lokalt, hvis vi skal lykkes

En række indsatser peger endvidere i retning af, at de mange turismepotentialer, der ligger inden for kyst- og naturturismen, vil blive indfriet med den nye strategi. Knap halvdelen af turismens omsætning genereres her, og med et øget fokus på outdoor turisme, events og kulturturisme sikres gæsterne stedbundne og unikke oplevelser, som er værd at rejse efter. Også en revideret planlov, som i højere grad tillader faciliteter som toiletter, kiosker og revitalisering af gamle bygninger til turismemæssige formål i ”Vandkantsdanmark”, åbner op for udvikling i hele landet.

”Ud over overnatning, så udgør oplevelsestilbud og aktiviteter henvendt til børnefamilier, par samt venner uden børn og ikke mindst par, hvis børn er flyttet hjemmefra, et enormt vigtigt led i turismens værdikæde. Gæsterne skal tilbydes relevante og alsidige oplevelser, der giver dem en dybere forståelse af stedet, som de besøger, og lyst til at vende tilbage”, siger Anne-Mette Knattrup, formand for Dansk Turismefremme.

”Det er helt afgørende, at de strategiske indsatser omkring oplevelsesudvikling, bedre tilgængelighed og digital kompetenceudvikling operationaliseres af de lokale turismefremmeorganisationer og kommuner, som er eksperter på netop deres destination. Kommunerne har en vigtig opgave i at skulle håndtere det ansvar, der følger med større frihed inden for planloven”, tilføjer hun.

God gæsteservice skal findes såvel i det fysiske miljø og lokale møde som på digitale platforme

Gæsteservice og godt værtsskab er ikke udelukkende en venlig lokalbefolkning, servicemindede medarbejdere og lange åbningstider. Sidste år udviklede Dansk Turismefremme i samarbejde med Dansk Bygningsarv rapporten "Wayfinding & Gæsteservice i de danske turistbyer", der fremsætter en række anbefalinger til, hvordan man som kommune arbejder strategisk med skiltning, bymiljø og atmosfære. Det er yderst positivt, at bedre skiltning og formidling til gæsterne - blandt mange andre indspark fra Dansk Turismefremme - er sat på dagsordenen.

"Ligesom rapporten om wayfinding er et redskab til udvikling for landets kommuner, så ser vi i Dansk Turismefremme frem til at hjælpe vores medlemmer med at tage fat på den nationale strategi med udgangspunkt i den virkelighed, de befinder sig i. Det er turismeaktørerne, kommunerne og turismefremmeorganisationerne, der skal puste liv i strategien på alle niveauer og alle steder i Danmark. Sammen kan vi løfte strategien ud i virkeligheden og skabe nye initiativer til vækst - for kun fantasien sætter grænser", understreger Anne-Mette Knattrup.

For yderligere information kontakt:

Dansk Turismefremmes formand Anne-Mette Knattrup på telefon 23 23 92 28 eller sekretariatsleder Liv Malskær på telefon 53 53 36 50.